



RIKSBANKENS FÖRETAGSUNDERSÖKNING

**Handeln: "Jag tror
verkligen vi är på
väg upp nu"**

maj 2024

Riksbankens företagsundersökning i maj 2024¹

Konjunkturläget är fortsatt svagare än normalt i det svenska näringslivet men det finns tydliga förhoppningar inom alla sektorer om att läget ska ha förbättrats inom sex månader. Även om det nu är fler företag än i februari som tror på ett förbättrat konjunkturläge, så bedöms utvecklingen vara skör i och med att den framför allt bygger på förhoppningar.

Handeln anser att man har lagt det värsta bakom sig och ser vissa tecken på att försäljningen ökat sedan i höstas. De ser också ljusare på framtiden eftersom de väntar sig att hushållens efterfrågan kommer att stimuleras av lägre inflation och sjunkande ränteutgifter. Det syns också i företagens prisplaner där de företag som säljer till hushållen planerar att höja sina försäljningspriser under det kommande året givet att efterfrågan stärks. De planerade prishöjningarna beskrivs dock av företagen som måttliga och ”i linje med inflationsmålet”.

Byggandet hålls framför allt uppe av offentliga investeringar, medan hushållens efterfrågan på nya bostäder är fortsatt låg och bedöms förbli det året ut. Konjunkturläget för industrin upplevs som tillfredsställande och i stort sett oförändrat jämfört med i februari. Exportföretagen ser inte heller något som tyder på att efterfrågan kommer att ta fart inom den närmaste tiden.

Företagen har sedan pandemin vidtagit vissa åtgärder, så som förkortade leveranskedjor, för att öka motståndskraften mot störningar. Men de håller fortfarande små lager för att hålla nere kostnaderna och förlitar sig på korta, snabba leveranser. Det innebär att nya allvarliga störningar snabbt skulle påverka produktionen.

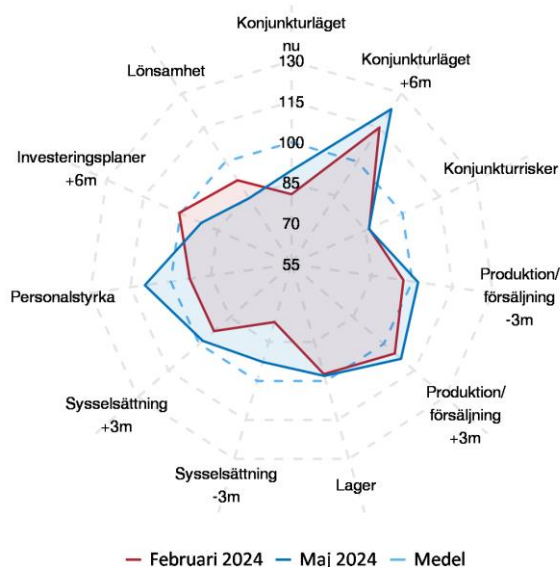
¹ Riksbanken har under perioden 8–21 maj genomfört intervjuer med 40 industri-, bygg-, handels- och tjänsteföretag samt branschorganisationer. Riksbankens företagsundersökning publiceras på Riksbankens webbplats. Samtliga citat i denna rapport är från respondenterna i undersökningen.

”Vi har sett en gradvis förbättring under våren”

Företagen anser att konjunkturläget nu är något bättre än i februari, framför allt de som säljer till hushållen, se diagram 1. Exempelvis har försäljningen av kläder och skor ökat under en längre period och ”volymerna har blivit något bättre”. Dessutom ser vissa inom dagligvaruhandeln att hushållen köper mer av dyrare varor med högre kvalitet. De som säljer heminredning märker också av att hushållen vill spendera mer, vilket återspeglas i citatet: ”Nu har man börjat se positiva tendenser där igen, och att folk börjar investera i nya hyllor eller nytt porslin.”

Diagram 1. Samlat svarsmönster bland företag som säljer till hushåll

Indextal



Anm. Ett indextal närmare mitten är sämre. De historiska genomsnitten är beräknade från det datum då Riksbanken började ställa frågan. Beteckningen -3m betyder de senaste tre månaderna, +3m betyder de kommande tre månaderna och +6m betyder de kommande sex månaderna. Ökade konjunkturrisken innebär försämringar och därmed lägre indextal närmare mitten. Minskad lagerstorlek innebär en förbättring och därmed ett högre indextal.

”Det finns en optimism nu, det vill jag verkligen få fram”

Precis som i februari är företagen särskilt optimistiska om de kommande sex månaderna, se diagram 2. Det är främst företag som säljer till hushåll som tror att konjunkturen ska bli bättre i närtid. De lägger stor vikt vid de positiva ekonomiska effekterna av förväntade räntesänkningar.

Byggbolagen väntar sig inte någon snabb förbättring av byggkonjunkturen, men har förhoppningar om att efterfrågan på nya bostäder och kommersiella fastigheter kommer att öka på sikt när räntenivåerna sjunker ytterligare. De bedömer nu att det kommer att dröja mer än sex månader innan efterfrågan kommer i gång.

”Det är fortfarande bräckligt”

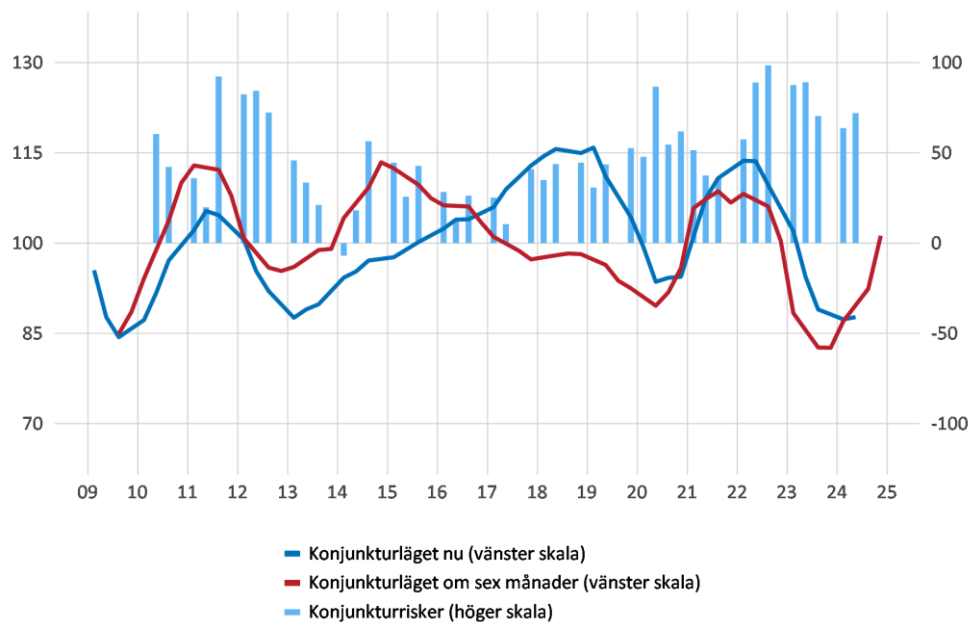
Företagens bedömningar om konjunkturutvecklingen baseras på förhoppningar om att inflationen förblir låg och att räntorna fortsätter sjunka. Det är därför flera som uttrycker att utvecklingen är skör och att det inte behövs mycket för att hushållen ska bli mer återhållsamma i sin konsumtion. Ett företag inom sällanköpshandeln konstaterar: ”Man är i ett sådant känsligt läge nu när man börjat sänka räntan. Folk förväntar sig en fortsatt bana av sänkningar nu framöver.” Samma företag menar också att ”om det skulle bli ett bakslag nu, där man till och med skulle behöva höja räntorna, då ser vi absolut att det finns en väsentlig risk att folk börjar hålla ganska hårt i sina pengar”.

”Det tuffar ju ändå på, så det är okej”

Konjunkturläget för industrin är i stort sett oförändrat jämfört med i februari och beskrivs i allmänhet som tillfredsställande. Lönsamheten är fortsatt god och orderingen ligger på en oförändrad nivå. Sammantaget går det alltså rätt hyggligt, vilket exemplifieras av citatet: ”Varorna springer inte ut, men de står heller inte kvar på hyllorna.” Efterfrågan är stabil från USA, men svagare i Europa och Kina och företagen ser inte heller att efterfrågan kommer att öka i närtid på dessa exportmarknader. Men om ett halvår tror de att konjunkturen kommer att ha förbättrats, även om de inte alls är lika optimistiska som inom handeln. En företagsledare menar att ”det står och väger” och att det nu är svårare än vanligt att bedöma konjunkturutvecklingen, vilket även illustreras av att riskerna för konjunkturutvecklingen är på en fortsatt hög nivå, se diagram 2.

Diagram 2. Konjunkturläge och konjunkturrisiker

Indextal (vänster skala) och nettotal (höger skala)



Anm. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen för de företag som anger att konjunkturläget för närvarande är bra eller dåligt och de som anger att konjunkturläget om sex månader kommer att vara bättre eller sämre. Den röda linjen, konjunkturläget om sex månader, är framflyttad två kvartal. Serierna för konjunkturläget är utjämnade med ett glidande medelvärde baserat på tre observationer. Staplarna visar nettotalen för de företag som anger att riskerna för konjunkturutvecklingen just nu är större respektive mindre än normalt.

”Förutsatt att det inte blir några världskriser så kommer det bli bättre”

Företagen bedömer att riskerna för konjunkturen fortfarande är högre än normalt, se diagram 2. Flera tar upp risken att inflationen och räntorna inte utvecklas i linje med allmänhetens förväntningar, medan andra tar upp risker kopplade till en fortsatt svag efterfrågan på byggande.

Liksom i februari är det många som lyfter geopolitiska risker, som Rysslands invasionskrig mot Ukraina och konflikten i Mellanöstern och deras konsekvenser för konjunkturutvecklingen. De har även en oro kring ett mer slutet Kina och risken att det ska leda till nya tullar och ett eventuellt handelskrig. ”Det går tyvärr inte i rätt riktning när det gäller frihandel och öppna gränser”, menar en företagsledare. Den geopolitiska osäkerheten gör även kunderna mer försiktiga, vilket enligt flera företag verkar hämmande på efterfrågan.

”Vi anpassar oss och hittar vägar vid störningar”

Det är få företag som har drabbats av mer omfattande störningar i närtid. De störningar som nämns är bland annat strejker i grannländer och attacker mot sjöfarten i Röda havet som har förlängt leveranstiderna för importerade varor. Men företagen har kunnat hantera förseningarna och sammantaget har störningarna därför inte haft några större effekter för vare sig verksamheten eller kunderna.

Företagen är känsliga för stora störningar som påverkar deras leveranser eftersom produktionsprocesserna är trimmade för att uppnå hög effektivitet till låga kostnader. Det medför att de inte håller stora lager – ”det är fortfarande just-in-time som gäller”, uttrycker en företagsledare. De omfattande störningarna som uppstod under pandemin ökade medvetenheten kring hur känsligt det globala transportsystemet är och en följd av det blev att en majoritet av företagen vidtog åtgärder för att öka sin motståndskraft mot störningar. Framför allt strävar de efter att förkorta leverantörskedjorna och ha fler lokala leverantörer. De håller också något större lager av särskilt kritiska komponenter eller material som klarar av att lagras länge till hanterbara kostnader.

Även om företagen har vidtagit ett antal åtgärder efter pandemin kommer de fortfarande att ha svårt att hantera nya omfattande störningar. Beroende på bransch och typ av störning varierar det hur länge företagen klarar av att upprätthålla produktionen. Överlag kommer det dock inte dröja särskilt lång tid innan företagens insatsvarulager är tömda och produktionen avstannar om det kommer nya omfattande fraktstörningar.

Vid sidan av fraktstörningar ser företagen en risk att till exempel omfattande strömavbrott eller cyberattacker snabbt skulle kunna leda till plötsliga stopp i produktionen eller försäljningen.

Svenska företag är i stor utsträckning högteknologiska, men med det följer också en ökad sårbarhet för till exempel cyberattacker. Cybersäkerhet har blivit viktigare, med tanke på den geopolitiska instabiliteten och på grund av att de själva, deras leverantörer eller kundföretag i olika omfattning har utsatts för attacker. ”Generellt sett har cybersäkerhet blivit en viktigare del av agendan med tanke på kontinuerliga attacker”, förklarar en företagsledare.

Företagen lyfter också utmaningar kopplade till balansen mellan cybersäkerhet och effektivitet. För att kunna konkurrera måste företagen fortsätta att investera i digitalisering, automatisering och andra nya tekniker men detta kräver samtidigt investeringar i skydd mot IT-relaterade störningar. Arbete hemifrån har å ena sidan medfört en större flexibilitet, men å andra sidan behövs investeringar för att göra den digitala kommunikationen säkrare. Dessutom är cybersäkerhet ett område som det är utmanande att rekrytera till eftersom det råder brist på sådan kompetens och det förekommer därför att företagen har fått rekrytera utomlands.

”Vi kommer inte att vara de som eldar på med stora prishöjningar”

Fler än tidigare bland industrin och de som säljer varor och tjänster till företag redogör för sjunkande kostnader för vissa råvaror och andra insatsvaror. Försäljningspriserna är på en relativt hög nivå till följd av att de tidigare kunnat höja sina priser mer och oftare än normalt. Detta gör att pristrycket uppåt inte är lika stort som tidigare. Flera fokuserar på att bibehålla sina volymer och planerar för att kompensera ökade kostnader. Men det finns en viss osäkerhet om ifall det kommer att vara möjligt nu när efterfrågan har försvagats. En företagsledare konstaterar att ”Vi har kunder som hör av sig till oss och vill ha sittningar för de mäktar inte med ökade priser.”

Måttliga prishöjningar hos företag som säljer till hushåll

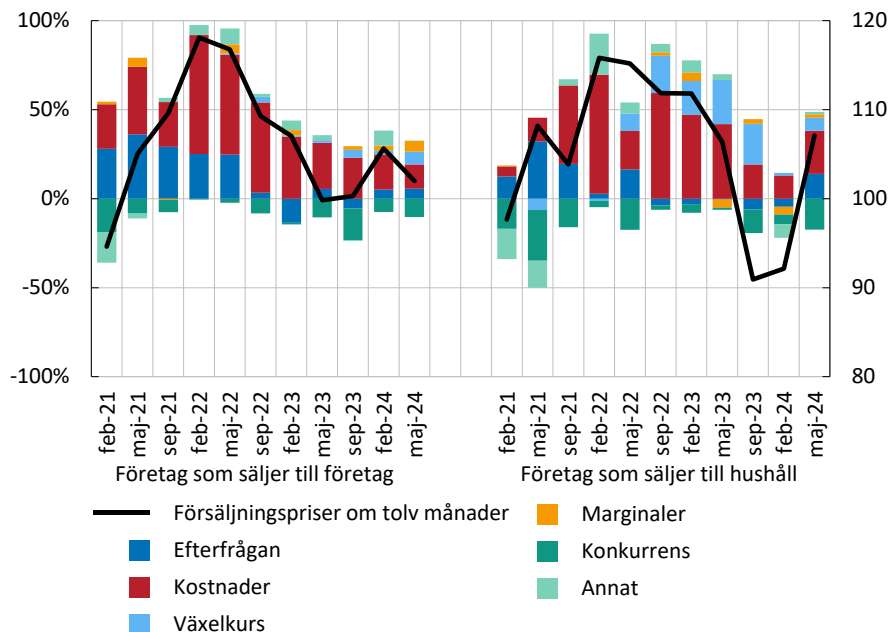
I februari sänkte flera företag som säljer till hushåll sina försäljningspriser och planerade för ytterligare sänkningar, se diagram 3. I maj planerar fortfarande några företag för fortsatta prissänkningar, men de är färre än tidigare. De flesta planerar istället att höja sina försäljningspriser under det kommande året för att kompensera för tidigare stigande kostnader som hittills inte har kunnat föras över till kunderna. Exempelvis kommer kronförsvagningen mot dollarn med en viss eftersläpning och väntas därför påverka priserna först i höst. En företagsledare betonar: ”Den [växelkursen] är jätteviktig för oss – den slår igenom så stort i våra inköpspriser.”

Företagen förväntar sig att efterfrågan kommer att förbättras i takt med att hushållen får en bättre ekonomisk situation, vilket också återspeglas i prisplanerna. En starkare efterfrågan är därmed en viktig förutsättning för att handeln ska kunna höja sina priser som planerat framöver. Men än så länge präglas kundbeteendet fortfarande av att hushållen efterfrågar rabatter, lägre priser och att ”man vill ha en deal, en extra morot, för att handla”. En lågprisaktör menar också att det har skett ett kulturellt skifte i köpbeteendet och slår fast att ”det är inte längre pinsamt att vara priskänslig”.

Företagen beskriver sina planerade prishöjningar det kommande året som normala till storleken, och flera lyfter att de kommer att vara ”i linje med inflationsmålet”.

Diagram 3. Drivkrafter bakom prissättningen kommande tolv månader

Nettoandelar (vänster skala) och indextal (höger skala)



Anm. I staplarna i den vänstra skalan visar nettot av svar om faktorn kommer att påverka priserna uppåt eller nedåt det kommande året. En stapel över noll innebär att faktorn bidrar till stigande priser framöver och under noll att den bidrar till sjunkande priser. Indextalen i den högra skalan visar ett standardiserat värde (medelvärde = 100 och standardavvikelse = 10) av nettotalen för de företag som svarar på frågan om försäljningspriserna kommer att höjas respektive sänkas under de kommande tolv månaderna. Företag som säljer till företag avser industri- och byggföretag samt de som huvudsakligen säljer tjänster till andra företag. Företag som säljer till hushåll avser handeln och de företag som huvudsakligen säljer tjänster till hushåll. Posten Kostnader innehåller inköpskostnader, arbetskraftskostnader och energikostnader. Posten Annat innehåller bland annat ledig kapacitet och produktivitetsutveckling.

Handeln behåller mer personal

Överlag väljer företagen att behålla sin personal i större utsträckning än tidigare, framför allt inom handeln. Det är generellt inte svårt att få tag på personal i och med att flera delar av näringslivet har minskat på personalstyrkan under en tid. Men inom framför allt byggsektorn och industrin förekommer neddragningar av personalstyrkan fortfarande. Flera företag indikerar dock att det handlar om mindre neddragningar, och det är framför allt inhyrd personal som de minskar ner på.

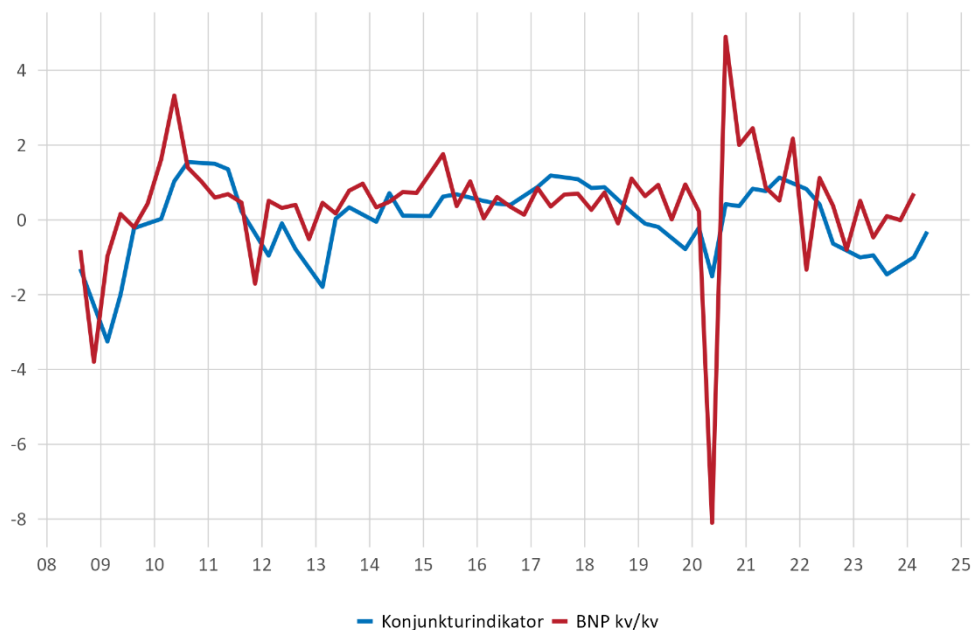
Det finns överlag en kostnadsmedvetenhet bland företagen. Flera nämner att de framöver kommer att fokusera på den befintliga verksamheten snarare än att expandera, vilket gör dem försiktigare med nyanställningar.

Konjunkturindikatorn pekar på fortsatt förbättring

Resultatet av undersökningen sammanfattas i företagsundersökningens konjunkturindikator. Den indikerar att stämningsläget i ekonomin har fortsatt att förbättrats, se diagram 4. I februari bidrog främst företagens optimistiska förväntningar till att indikatorn steg. I maj däremot gör både företagens förväntningar och deras nulägesbedömningar att indikatorn stiger men ligger fortfarande under det historiska genomsnittet.

Diagram 4. Företagsundersökningens konjunkturindikator och BNP

Indextal respektive kvartalsförändring i procent



Anm. Konjunkturindikatorn är ett sammanfattande mått på företagsundersökningens frågor framtagen genom principalkomponentanalys. Vissa frågor handlar om hur företagen bedömer nuläget och andra om deras förväntningar på framtiden. Indextalen visar ett standardiserat värde (medelvärde = 0 och standardavvikelse = 1) för konjunkturindikatorn. Ett positivt värde indikerar att konjunkturläget är bättre än det historiska medelvärdet och ett negativt att det är sämre. Eftersom företagsundersökningen genomförs tre gånger per år har konjunkturindikatorn interpolerats för mellanliggande kvartal. BNP-serien är säsongrensad.

Källor: SCB och Riksbanken.

Om Riksbankens företagsundersökning

Riksbanken intervjuar regelbundet de största företagen inom industri-, bygg-, handels- och delar av tjänstesektorerna i sin företagsundersökning för att se hur priser och konjunkturen utvecklas. Eftersom ett fåtal aktörer står för en mycket stor del av det svenska näringslivet kan relativt få intervjuer ge information om stora delar av näringslivet. Många av de intervjuade företagen förmedlar dessutom information om andra delar av näringslivet genom sina kontaktytor mot bland annat små och medelstora företag.

Sedan Riksbanken började göra undersökningarna 2007 har över 300 företag deltagit. I undersökningarna som genomfördes under perioden 2007–2019 intervjuades varje år cirka 30 företag i februari, och cirka 45 företag i maj och november. Intervjuerna genomfördes av Riksbankens personal under ett besök på cirka en timme. Under 2020 genomförde Riksbanken istället telefon- och videosamtal med företag och branschorganisationer i totalt åtta omgångar på grund av pandemin och dess effekter på ekonomin. Från och med maj 2022 sker återigen en del av intervjuerna i form av besök. Numera intervjuar Riksbanken mellan 30 och 50 företag och branschorganisationer vid varje undersökning. Intervjuerna genomförs i regel med personer i företagens ledningsgrupper. Samtalen ger företagen möjlighet att utveckla sina svar och intervjuaren kan ställa fördjupande följdfrågor. Ibland ställer Riksbanken särskilda frågor om ämnen som är aktuella för penningpolitiken. Svarsfrekvensen för undersökningen är hög och ligger ofta runt 95 procent.

Undersökningens resultat presenteras i en rapport som publiceras på Riksbankens webbplats, vanligtvis tre gånger per år. Rapporten för maj 2024 redovisar resultatet av intervjuer med 40 företag samt branschorganisationer som huvudsakligen genomfördes under perioden 8–21 maj. Om inget annat anges visar diagrammen i rapporten företagens svar viktade utifrån hur många anställda respektive företag har i Sverige. Indextalen i diagrammen speglar upp- och nedgångar i svarsmönstren. Dessa svar kombineras sedan med företagens reflektioner under intervjuerna.

En närmare beskrivning av undersökningen finns på Riksbankens webbplats: Hokkanen, Melin och Nilson (2012), "Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator", Penning- och valutapolitik 2012:3.

[Riksbankens företagsundersökning – en snabb konjunkturindikator](#)



SVERIGES RIKSBANK

Tel 08 - 787 00 00

registratorn@riksbank.se

www.riksbank.se

PRODUKTION SVERIGES RIKSBANK